

AGB für Online-Werbung

1. Anwendbarkeit/Vertragsparteien. Die AGB's für Online Werbung regeln die vertraglichen Beziehungen zwischen dem Inserenten und dem Migros-Genossenschafts-Bund (nachfolgend „Verlag“ genannt) für Werbeaufträge für die Websites des Verlages (sofern nicht schriftlich etwas anderes vereinbart worden ist, bei schriftlicher Vereinbarung kommen diese AGB ergänzend zur Anwendung): Als „Werbeauftrag“ gilt der Auftrag des Inserenten über die Schaltung eines oder mehrerer Werbemittel auf den Websites des Verlages oder die Buchung einer Werbung im Newsletter. Als integrierende Vertragsbestandteile dieser AGB's gelten die vom Verlag online publizierten oder sonst wie in geeigneter Weise (z.B. per E-Mail oder schriftlich) dem Inserenten mitgeteilten Regeln, welche betreffend die Werbeaufträge für die einzelnen Websites des Verlages die Rechte und Pflichten der Parteien, die zur Verfügung stehenden Werbegefässe sowie Ablauf, Inhalt, Preis und Abwicklung der Werbeaufträge näher spezifizieren. Integrierender Vertragsbestandteil bildet insbesondere der Tarif der jeweils gebuchten Website.

2. Aufgabe, Änderung und Sistierung von Werbeaufträgen müssen schriftlich erfolgen, wobei im Rahmen dieser AGB's bereits Fax oder E-Mail an die Verkaufsabteilung jeweils dem Schriftlichkeits-erfordernis genügen. Vorbehältlich entgegenstehender individueller Vereinbarungen kommt der Vertrag grundsätzlich nur durch das schriftliche Angebot zum Vertragsschluss durch den Inserenten, durch Übermittlung des unterzeichneten Auftragsformulars, eines Auftragstextes und die anschliessende Annahme des Werbeauftrages durch den Verlag mittels schriftlicher Auftragsbestätigung zustande. Bei Stornierung von Werbeaufträgen durch den Inserenten bis drei (3) Arbeitstage vor Kampagnenstart werden 100% der Vergütung fällig. Verschiebungen stehen dabei unter dem Vorbehalt vorhandener Kapazitäten. Bei Advertorials erlauben wir uns, Ihnen die entstandene Arbeitsleistung für die Vorbereitung eines nicht publizierten Advertorials in Rechnung zu stellen. Für die neue Aufschaltung gelten die jeweils aktuellen Konditionen und Preise, die auf den Websites des Verlages publiziert sind. Für Fehler in der Übermittlung der Werbeaufträge, Änderungen und Sistierungen übernimmt der Verlag keine Haftung.

3. Mindestbuchungsvolumen. Allfällige für die Erteilung von Werbeaufträgen massgebliche Mindestbuchungsvolumina sind im Tarif festgelegt.

4. Platzierungswünsche werden unverbindlich entgegengenommen. Die Verschiebung von Werbeaufträgen, ohne Rückfrage beim Inserenten, behält sich der Verlag aus technischen Gründen vor.

4.1. Für Platzierungsvorgaben, die nicht tariflich geregelt sind, wird ein Zuschlag erhoben. Sie werden nur nach vorheriger Absprache und Bestätigung verbindlich.

4.2. Kann eine bestätigte Platzierung aus verlagstechnischen Gründen nicht eingehalten werden, wird der Inserent nach Möglichkeit im Voraus informiert.

4.3. Das Nichterscheinen eines Werbemittels, die Platzierung an einer anderen Stelle oder an einem anderen Datum sowie eine verspätete Auslieferung infolge technischer Störungen berechtigen nicht zur Geltendmachung irgendwelcher Schadenersatzansprüche.

4.4. Konkurrenzausschluss ist nicht möglich.

5. Veröffentlichung von Werbemitteln. Der Verlag behält sich jederzeit vor, Änderungen der Werbemittel zu verlangen oder Werbemittel bzw. Werbeaufträge ohne Angabe von Gründen abzulehnen bzw. zu sistieren.

5.1. Online-Dienste (insb. Internet). Der Inserent erlaubt dem Verlag bis auf Widerruf, die Werbemittel auf eigene Online-Dienste einzuspeisen oder sonst wie zu veröffentlichen und zu diesem Zweck zu bearbeiten. Der Verlag verpflichtet sich zur Einhaltung der datenschutzrechtlichen Bestimmungen, kann aber die Vertraulichkeit, Integrität, Authentizität und Verfügbarkeit von Personendaten nicht umfassend garantieren. Der Inserent nimmt zur Kenntnis, dass Personendaten auch in Staaten abrufbar sind, die keine der Schweiz vergleichbaren Datenschutzbestimmungen kennen. Der Inserent ist damit einverstanden, dass die Werbemittel, die vom Verlag auf Online-Dienste eingespeist oder sonst wie veröffentlicht werden, für Dritte nicht frei verfügbar sind. Der Inserent untersagt insbesondere die Übernahme von Werbemitteln auf Online-Dienste durch Dritte ohne die Einwilligung des Verlages und überträgt dem Verlag das Recht, jede irgendwie geartete Verwertung und Bearbeitung dieser Werbemittel mit den geeigneten Mitteln zu untersagen.

6. Politische Werbung, die offensichtlich Meinungsbildung bzw. -beeinflussung im Hinblick auf Wahlen oder Abstimmungen bewirken sollen, müssen so frühzeitig vor dem Urnengang erscheinen, dass auch der Gegenseite die Möglichkeit geboten ist, vor dem Wahl- oder Abstimmungstermin Werbemittel zu platzieren. Im Übrigen gelten die Verlagsrichtlinien.

7. Veröffentlichungen von redaktionellen Beiträgen können bei der Aufgabe von Werbemitteln nicht zur Bedingung gemacht werden.

8. Verantwortung für die Werbemittel. Der Inserent ist für jede Benutzung der Dienstleistung über seinen Account verantwortlich, gegebenenfalls auch für die Benutzung durch Dritte. Der Inserent ist für den Inhalt der Werbemittel verantwortlich. Er ist verpflichtet, die einschlägigen gesetzlichen Bestimmungen, Richtlinien und Verbandsregeln der Branche einzuhalten und keine Rechte Dritter zu verletzen und stellt, soweit rechtlich möglich, den Verlag, dessen Organe und Hilfspersonen von jeglichen Ansprüchen Dritter frei. Wird der Verlag gerichtlich belangt, ist der Inserent verpflichtet, nach erfolgter Streitverkündung dem Prozess beizutreten. Der Inserent ist in jedem Fall verpflichtet, sämtliche im Zusammenhang mit Ansprüchen Dritter oder dem Vorgehen von Behörden anfallenden gerichtlichen und aussergerichtlichen Kosten zu übernehmen.

9. Gegendarstellungsrecht. Gegendarstellungsbegehren zu Werbemitteln werden vom Verlag so weit möglich in Absprache mit dem Inserenten behandelt. Wird der Verlag gerichtlich belangt, ist der Inserent verpflichtet, nach erfolgter Streitverkündung dem Prozess beizutreten. Der Inserent ist in jedem Fall verpflichtet, sämtliche im Zusammenhang mit einer Gegendarstellung anfallenden gerichtlichen und aussergerichtlichen Kosten zu übernehmen.

10. Vorschriften über die Gestaltung können im Rahmen der technischen Möglichkeiten entgegengenommen werden. Werbemittel müssen von den Lesern deutlich als solche erkennbar sein und vom redaktionellen Teil in Gestaltung und Schrift unterschieden werden können. Der Verlag behält sich eine zusätzliche Kennzeichnung durch eine Überschrift «Inserat», «Anzeige», «Werbung» oder «Publireportage» vor. Das Logo oder der Name des Verlags sowie der Produkte und Websites des Verlags, dürfen nur mit schriftlichem Einverständnis des Verlages in den Werbemitteln verwendet werden.

11. Anlieferung der Werbemittel muss spätestens bis zum im Tarif genannten Zeitpunkt erfolgen, andernfalls kann die Aufschaltung nicht termingerecht erfolgen.

12. Störungen, Fehler, Mängel/Gewährleistung/Haftung des Verlags. Der Verlag bemüht sich um eine dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende bestmögliche Wiedergabe der Werbemittel und bemüht sich, Störungen, Fehler und Mängel möglichst rasch zu beheben. Dem Inserent ist bekannt, dass es nach dem Stand der Technik nicht möglich ist, jederzeit die Verfügbarkeit der Systeme und eine fehlerfreie Wiedergabe zu erbringen. Der Verlag gewährleistet keine Verfügbarkeit und keine Fehler-, Mängel- oder Störungsfreiheit. Ausser bei Grobfahrlässigkeit oder Absicht ist jegliche Haftung des Verlags wegbedungen. Die Haftung für Hilfspersonen des Verlags ist generell wegbedungen. Die Haftung ist zudem im Haftungsfall auf direkte Schäden beschränkt und betragsmässig auf maximal die Rückerstattung der durch den Inserenten für den betreffenden Werbeauftrag geleisteten Vergütung bzw. die Gewährung einer entsprechenden Gutschrift für die Schaltung von Werbemitteln. Nicht gehaftet wird insbesondere, wenn Mängel: bloss unwesentlich sind, z.B. weder Sinn noch die Werbewirkung des Werbemittels wesentlich beeinträchtigen; durch Störungen der Kommunikations-netze (z.B. Leitungs- oder Stromausfall) verursacht werden; durch Verwendung einer nicht geeigneten Software/Hardware des Lesers (z.B. Browser) hervorgerufen werden; bei Dritten oder dem Verlag durch Rechner- oder Softwareausfall auf Grund Systemversagens oder Leitungsausfall hervorgerufen werden. Ist ein Ausfall durch den Ad-Server verursacht und erstreckt er sich über einen erheblichen Zeitraum (mehr als 10% der gebuchten Zeit) einer zeitgebundenen Festbuchung wird der Verlag versuchen, den Ausfall an Medialeistung nachzuliefern oder den Insertionszeitraum zu verlängern, sofern dies den Interessen des Inserenten entspricht. Hat der Ausfall des Ad-Servers keinen Einfluss auf die AdImpressions, werden diese also dennoch erreicht, so erfolgt keine Nachlieferung bzw. Verlängerung. Im Falle des Scheiterns einer Nachlieferung innerhalb des ursprünglich gebuchten bzw. verlängerten Insertionszeitraums, entfällt die Zahlungspflicht des Inserenten für die in dem Zeitraum nicht realisierten bzw. durchschnittlich nicht angefallenen Medialeistungen. Weitergehende Ansprüche sind auch in diesem Fall ausgeschlossen.

Insbesondere für Werbemittel, die infolge fehlender oder ungeeigneter Publikationsvorlagen (zu feine Raster, zu feine Linien, zu kleine Schrift usw.) nicht einwandfrei erscheinen, und für Abweichungen, die durch die technischen Gegebenheiten des Publikationsverfahrens bedingt sind (z.B. Abweichungen in der Farbgebung), kann keine Haftung übernommen werden. Dies gilt ebenso für Publikationsvorlagen, deren Qualität vom Verlag beanstandet wurde und die trotz Intervention nicht durch einwandfreies Material ersetzt wurden.

Die neue deutsche Rechtschreibung wird von Redaktion und Verlag angewendet. Vom Verlag bearbeitete Publi-reportagen werden, ohne ausdrücklichen Wunsch des Auftraggebers, nach den neuen Richtlinien veröffentlicht. Für Übersetzungsfehler aus fremdsprachigen Vorlagen übernimmt der Verlag keine Verantwortung.

13. Mängelrüge. Der Inserent hat das geschaltete Werbemittel unverzüglich nach der ersten Schaltung zu prüfen und etwaige Mängel unverzüglich zu rügen. Die Rügefrist beginnt bei offenen Mängeln mit der Aufschaltung des Werbemittels, bei welcher die Prüfung auf Mängel durchgeführt werden muss, und endet spätestens nach Auslieferung von 20% der gebuchten Medialeistung. Unterlässt der Inserent die unverzügliche Mängelrüge, so gilt die Erfüllung des Auftrags als genehmigt. Reklamationen betreffend Rechnungsstellung werden nur innerhalb 10 Tagen nach Rechnungsstellung angenommen.

14. Die Berechnung der Werbemittel erfolgt gemäss Tarif. Soweit Messungen z.B. von „Page Impressions“ erfolgen, sind die Messungen und Zählerstände des Verlags massgeblich.

15. Rabattierungen: Es gelten die Rabattierungen gemäss Tarif.

16. Zahlungskonditionen. Sofern keine gegenteilige Vereinbarung vorliegt, sind die Rechnungen innerhalb von 30 Tagen ohne Skontoabzug zu bezahlen. Unberechtigte Skontoabzüge werden nachgefordert.

16.1. Bei Zahlungsverzug werden eine Mahngebühr von CHF 10.- sowie 6% Verzugszins in Rechnung gestellt. Bei Betreibung, Nachlassstundung und Konkurs entfallen Rabatte und Vermittlerprovisionen. Bereits ausbezahlte Vermittlerprovisionen werden zurückgefordert. Zudem werden für Umtriebe 5% der Forderungssumme (mind. CHF 50.-, max. CHF 300.-) belastet.

16.2. Der Verlag behält sich jederzeit vor, die Bonität von Inserenten zu überprüfen.

16.3. Gerichtsstand und anwendbares Recht. Dieser Vertrag untersteht dem schweizerischen materiellen Recht. Gerichtsstand ist Zürich.

17. Änderungen der AGB's; Tarifänderungen. Der Verlag ist berechtigt, diese Insertionsbedingungen, den Tarif sowie allfällige weitere Regelungen jederzeit zu ändern. Die geänderten Insertionsbedingungen, Regelungen und Tarife treten für alle Inserenten gleichzeitig in Kraft und werden auch auf laufende Werbeaufträge angewendet. Der Inserent hat jedoch das Recht, bei Änderungen der Preise innerhalb von 2 Wochen seit schriftlicher Bekanntgabe der neuen Preise vom Vertrag zurückzutreten. In diesem Fall hat er nur Anrecht auf Rückvergütung der bis zum betreffenden Zeitpunkt noch nicht bezogenen Medialeistungen und den Rabatt, der gemäss Rabattskala den effektiv bezogenen Medialeistungen entspricht. Der Verlag bleibt frei, jederzeit insbesondere die zur Buchung zur Verfügung gestellten Werbegefässe zu ändern oder Werbegefässe ganz oder teilweise aus dem Angebot zu entfernen. Werden bereits gebuchte Werbegefässe während der vorgesehenen Insertionsdauer durch den Verlag wesentlich geändert oder eingestellt, erhält der Inserent für die bei Inkraftsetzung der neuen Regelung noch nicht bezogenen Medialeistungen eine Gutschrift, die er unmittelbar für die Buchung der geänderten oder übrigen Werbegefässe derselben Websites verwenden kann.

18. AGB des Inserenten wegbedungen. Allfällige Allgemeine Geschäftsbedingungen („AGB“ genannt) des Inserenten sind wegbedungen, selbst wenn der Inserent sich auf eigene AGB bezieht und der Verlag es unterlässt, ausdrücklich zu widersprechen oder die AGB des Inserenten (erneut) ausdrücklich wegzubedingen.

19. Vorzeitige Vertragsauflösung. Stellt ein Insertionsorgan während der Vertragsdauer sein Erscheinen ein, kann der Verlag ohne Ersatzverpflichtung vom Vertrag zurücktreten. Eine vorzeitige Vertragsauflösung entbindet den Inserenten nicht von der Bezahlung der erschienenen Werbemittel. Es

werden keine Rabattnachbelastungen, aber Vergütungen vorgenommen, sofern zum Zeitpunkt der Vertragsauflösung eine höhere Rabattstufe erreicht wird.

Alle Preise verstehen sich zuzüglich 7.7% Mehrwertsteuer.
Diese AGB sind seit 09.01.2012 in Kraft.